**Катерина КЛИМЕНКО**,

здобувачка 2 СТН курсу ОС «Бакалавр»

спеціальності «Економіка»

Науковий керівник: **Нонна КОВАЛЬ**, канд. екон. н.,

доцент кафедри економіки, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Заклад вищої освіти «Подільський державний університет»,

м. Кам’янець-Подільський

**ПРИБУТКОВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ**

Прибуток – це реалізована частина вартості додаткового продукту, створеного у підприємстві. Підприємство одержує прибуток після того, як втілена у створеному продукті вартість буде реалізована і набере грошової форми. Прибуток – це та частина виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства. Характеризуючи перевищення надходжень над витратами, прибуток виражає мету підприємницької діяльності і є головним показником її результативності (ефективності) [1, c. 284.].

Прибутковість та дохідність підприємства є одним з найголовніших показників, що відображають фінансовий стан підприємства. Вони визначають мету підприємницької діяльності. Основний результат діяльності підприємства визначається за допомогою показників, які діляться на: абсолютні та відносні.

Абсолютний показник – це прибуток підприємства; відносний показник – це рентабельність підприємства [2].

Для підвищення рівня прибутковості підприємства можна реалізовувати заходи в наступному порядку:

– організаційні (вдосконалення виробничої структури та організаційної структури управління, реструктуризація виробництва, диверсифікація виробництва);

– техніко-технологічні (оновлення техніко-технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення продукції, що випускається);

– економічні важелі і стимули (вдосконалення тарифної системи, форми та системи оплати праці, прискорення обороту оборотних коштів).

Максимізація прибутку і прибутковості підприємства можуть бути досягнуті при певних умовах. Докладніший аналіз умов максимізації прибутку та прибутковості підприємства наведено у табл. 1 [3].

Таблиця 1

**Умови максимізації прибутку та прибутковості підприємства**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Напрям** | **Сутність** | **Вимоги до реалізації** |
|  | **1. Кількісні умови** |  |
| Збільшення обсягів випуску та реалізації продукції | Збільшення обсягів реалізації призведе до збільшення прибутку через зменшення частки постійних витрат на одиницю продукції. | Збільшення обсягів виробництва та реалізації за рахунок кращого використання основних засобів, трудових ресурсів, матеріалів та сировини. |
| Зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції | Зі зменшенням витрат на виробництво та реалізацію продукції, розмір прибутку зростає. Важливою умовою ефективного функціонування підприємства є максимальна мобілізація резервів собівартості продукції | Зниження собівартості завдяки більш ефективному використанню ресурсів, підвищенню технічного рівня виробництва та покращенню організації виробництва та праці. |
| Впровадження економічно обґрунтованих норм | Економічно і технічно обґрунтовані норми й стандарти та їх своєчасний перегляд ведуть до зниження виробничих витрат | Розробка норм і стандартів запасів сировини, матеріалів, готової продукції та інших оборотних коштів. |
| Цінова політика підприємства | Необхідно застосовувати правильну цінову політику, тому що іноді підвищення ціни призводить до певного зниження обсягу продажу, але постійне проведення політики низьких цін може привести до негативної ситуації підприємства. | Розробка цінової стратегії, ціноутворення, має визначатися з урахуванням кон'юнктури ринку відповідних товарів і змін, які відбуваються, використання акцій, оптові знижки, знижки для постійних клієнтів тощо. |
|  | **2. Якісні умови** |  |
| Підвищення якості продукції | Поліпшення якості продукту значно знижує витрати на виправлення помилок і втрат від дефектних продуктів, які неможливо відремонтувати. | Контроль якості продукції, мотивація і додаткові стимули для персоналу по скороченню кількості бракованої продукції. |
| Підвищення продуктивності праці | З ростом продуктивності праці витрати на робочу силу на одиницю продукції зменшуються, і, отже, частка заробітної плати в структурі витрат зменшується | Активно мотивувати співробітників і надавати різні стимули для більш ефективної роботи |
| Маркетингова кампанія | Ефективна маркетингова організація може значно збільшити обсяг продажів продукції і вплинути на прибутковість підприємства | Розробити ефективну маркетингову стратегію, спрямовану на пошук вашого споживчого продукту і вашого сегменту ринку |

*Джерело*: сформовано на основі [3].

Розглянемо найбільш актуальні шляхи збільшення прибутку:

а) збільшення рівня цін при незмінній витратній частині. Слід враховувати також якість товару, адже споживач, що поважає свої смаки і переваги, придбає товар більш високої якості, нехай і за великі гроші;

б) зменшення витратної частини при незмінному значенні ціни. Зниження собівартості товару за рахунок зменшення витрат. Відмова від ручної праці і введення нових технологій, удосконалення виробництва – способи зменшення сумарних витрат. Щоб знизити витрати, необхідно ретельно досліджувати виробничий процес. Багато підприємств вводять нові методу управління (наприклад, спільна робота декількох підрозділів, бригад та ін.). Необхідно пам’ятати, що зі зниженням витрат якість товару не повинна змінюватися;

в) зменшення собівартості зі збільшенням ціни. Даний спосіб можливий в умовах масового виробництва. Зростання обсягу виробництва є основним принципом збільшення прибутку [4, c. 70].

Отже, найважливішим показником розвитку підприємства є його прибутковість. Основними напрямками підвищення прибутковості є: поліпшення якості продукції, збільшення обсягів виробництва, продаж надлишкового обладнання, зниження виробничих витрат, диверсифікація виробництва, розширення ринків збуту, раціональне використання ресурсів компанії, підвищення продуктивності праці, ліквідація невиробничих витрат, інвестиції в розвиток технічного оснащення та оновлення збуту компанії.

**Список використаних джерел**

1. Суліма Н. М., Степасюк Л. М., Величко О. В. Економіка і фінанси підприємства: підручник. К.: «ЦП «КОМПРИНТ»». 2020. 466 с.

2. Прибуток підприємства, прибутковість та дохідність. Реферат. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/21908/>

3. Жовтяк Г. А., Серьогіна Д. О., Жовтяк А. Напрями підвищення прибутковості діяльності будівельних підприємств. *Журнал «Економіка та суспільство»*. № 50 / 2023.

4. Мулик Т. О., Гідрович М. В. Управління прибутком в сучасних умовах господарювання. 2022. 104 с.